Rassegna stampa
4 gennaio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

La Provincia di Lecco

MERCOLEDÌ 4 GENNAIO 2023 • EURO 1,50 ANNO 132 . NUMERO 3 • www.laprovinciadilecco.it

COMMERCIO

IL LAVORO DEL FIORISTA
CREATIVITÀ E AFFARI

DELLA VECCHIA A PAGINA 10

Rassegna stampa
4 gennaio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

Il fiorista vince con l'allegria dei colori

Negozio. Michele Lavezzari è titolare della Garden Flor: «Resistiamo sul mercato con investimenti continui»
«Il web aiuta a fare vetrina e lo utilizzo soprattutto per mostrare al cliente cosa posso offrire in quel momento»

Il negozio Garden Flor di Galbiate

L'attività è nata nel 1979 Ampia gamma di prodotti

Oltre quarant'anni fa, nel marzo del 1979, Luigi Lavezzari e sua moglie Angela Virginia Negri fondavano a Galbiate l'attività di rivendita di fiori e piante che quindici anni dopo, nel 1994, avrebbe visto l'ingresso in negozio anche del loro figlio, Michele, attuale titolare di quello che oggi si chiama Garden Flor.

Michele Lavezzari nel tempo ha ampliato il tipo di articoli in vendita: non solo fiori e piante, ma anche terriccio, concimi, vari e oggetti del settore.

Anche per gli approvvigionamenti, quello di Garden Flor resta un mercato perlopiù locale: Lavezzari compra i fiori recisi da fornitori con magazzini nella Bergamasca e in Brianza, mentre per le piante prevalgono i fornitori di Como e Lecco.

Le due province, secondo dati di Coldiretti (2020), rappresentano uno dei più importanti sistemi florovivaistici della Lombardia, articolato in oltre 1400 imprese fra florovivaismo e manutenzione del verde suddivise fra le province di Como (oltre 950) e Lecco (oltre 450), con quasi 3mila addetti.

I fiorai sono l'anello finale di una filiera di produzione e vendita florovivaistica che oggi in Italia rappresenta il 5% della produzione agricola nazionale.

E per quanto riguarda il gruppo iscritto in Confcommercio Lecco se ne contano circa una trentina fra i nomi più accreditati del settore.

M. Del.

MARIA G. DELLA VECCHIA
LECCO

«Da una ventina d'anni i problemi del nostro settore sono sempre gli stessi, ma la passione per questo lavoro, lo stare al passo con i tempi e soprattutto continuare ad investire sono l'unica via per reggere il mercato».

A Michele Lavezzari la passione per il commercio di fiori non manca ed è la stessa di quando, da ragazzo, i suoi genitori gli avevano lasciato libertà di scelta sul proprio futuro e lui aveva deciso che avrebbe seguito l'attività di famiglia, quella che oggi è lui a mandare avanti con il negozio di fiori e piante Garden Flor con sede a Galbiate.

Michele Lavezzari
Fiorista a Galbiate

Pratica

Spiega che i primi passi dovevano essere quelli giusti, costituiti dalla pratica nel dare una mano in negozio e dalla formazione «che nel settore a metà anni novanta non dava tutte le possibilità di oggi nel nostro settore, ma i corsi di Federfiori-Confcommercio mi hanno aiutato parecchio. Oggi è fondamentale restare sempre aggiornato per capire le richiesta della clientela».

Negli anni Lavezzari ha fatto crescere l'attività inserendo sempre più servizi ai clienti con attenzione a tutti i settori in cui si utilizzano fiori «che in fondo possono anche essere un po' sempre gli stessi – afferma – ma a fare la differenza è la creatività, la fantasia con cui si fanno composizioni, bouquet o fasci fioriti a seconda delle diverse occasioni, perché lo stesso fiore può essere proposto in tanti modi. E io su questo mi sono sempre impegnato, in primo luogo perché mi piace farlo».

Lo studio attento del mercato e dei cambiamenti delle abitudini di acquisto fanno il resto nell'assicurare risultati commerciali «non facili da mantenere, vista la crisi generale, ma che continuano a darci soddisfazioni», aggiunge mentre spiega che negli ultimi anni l'utilizzo dei social network hanno aiutato non poco le vendite.

La telefonata

«Non vendo online – spiega – perché i fiori che vengono presentati online non possono mai essere gli stessi che si vendono al cliente, mentre io credo che sia necessario rispettare appieno l'aspettativa di chi compra. Però – aggiunge – internet aiuta a fare vetrina e io lo utilizzo, soprattutto attraverso Facebook, per mostrare al cliente cos'ho in negozio nel momento in cui decide di comprare. È più pratico della telefonata vecchia maniera, che comunque continuiamo a fare ma che non rende l'idea in modo così immediato di quel che si compra».

Il lavoro dunque si è evoluto in modo veloce, nei decenni sono aumentate le varietà offerte ma negli ultimi vent'anni «i Natali non sono più quelli di una volta».

E non è retorica: «I clienti hanno tagliato parecchio sull'acquisto di fiori sotto le feste. Acquistano lo stesso, anche quest'anno il mio negozio, e anche quelli di altri colleghi, hanno lavorato, ma il calo si sente e direi che è comprensibile vista la crisi generale che, se deve indurre le famiglie a tagliare sui costi di certo ha senso che i tagli siano su beni non essenziali. Si può capire che tra i clienti prevalga la prudenza, dettata da un contesto economico incerto per vari motivi».

Argine

E aggiunge però di capire molto meno il fatto che non si riesca a mettere un argine a quell'abusivismo «che in città è diventato pervasivo e fastidioso, con vendite di rose a prezzi misteriosamente molto bassi. Fiori che vengono acquistati pensando di aiutare venditori bisognosi senza pensare che dietro ci sono organizzazioni illegali a spingere quel commercio».

L'altra concorrenza low-cost, e certo legale, resta quella degli ipermercati: «Io e i miei colleghi – aggiunge Lavezzari - ci chiediamo come riescano a tenere prezzi più bassi di quello che costano a noi fiori e piante. Comunque quella degli ipermercati per noi è una concorrenza relativa, che riguarda soprattutto una clientela diversa dalla nostra. Noi forniamo anche il servizio, cosa che la grande distribuzione non fa anche perché ha obiettivi diversi: il business degli ipermercati non si fa sui fiori, utilizzati con il basso prezzo per attrarre i clienti che finiscono col comprare molti altri articoli aggiuntivi e più remunerativi».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Rassegna stampa
4 gennaio 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

«Anche noi subiamo il caro energia Costi in più che tagliano i margini»

La testimonianza
Paolo Orio è titolare della Oriogarden in corso Matteotti a Lecco

«È sempre più complicato riuscire a districarsi fra le difficoltà del nostro commercio, le piccole attività a gestione famigliare come la nostra non hanno vita facile, anche se alla fine ovviamente si riesce a far quadrare i conti».

Quella di Paolo Orio, titolare di Oriogarden in corso Matteotti a Lecco, è un'attività connessa all'azienda agricola di famiglia che produce e vende piante, gestita da suo fratello. Lui invece si occupa del negozio di fiori e articoli da giardino, che manda avanti dalla metà degli anni Novanta affrontando alti e bassi di mercato a partire dalla crisi del 2009, «dopo la quale le persone – afferma Orio – hanno iniziato ad acquistare di meno e andando avanti così per anni, anche se in modo alterno i periodi buoni non sono mancati».

Ciò fino alla crisi peggiore, quella per Covid, che però è anche stata quella che per un periodo ha anche segnato un'inversione di tendenza positiva, dovuta proprio ai periodi di lockdown: «Fra il 2020 e il 2021 abbiamo avuto uno dei periodi di maggior lavoro – aggiunge Orio – dovuto proprio al fatto che le persone, dovendo trascorrere molto più tempo a casa, fino alla fine dello scorso inverno si sono dedicate molto di più al giardinaggio, tornando ad acquistare prodotti, oggetti e piante. Ma ora quella ripresa è acqua passata». Orio parla comunque anche di un commercio che sta tenendo, anche se con minor costanza e regolarità rispetto al passato dal momento che i clienti acquistano in modo piuttosto imprevedibile ma, comunque, acquistano, soprattutto durante le feste comandate: «Ad esempio – aggiunge – nella ricorrenza dei morti anni fa si andava per tempo dal fiorista, quindi per noi il mercato della commemorazione dei defunti iniziava giorni prima rispetto al due novembre. Ora, anche per l'aumento dei furti nei cimiteri in visto della ricorrenza, si aspetta l'ultimo momento per comprare e magari si decide comunque per i fiori artificiali. Al contrario, sotto Natale in questi ultimi anni gli acquisti vengono anticipati rispetto al passato».

Paolo Orio, titolare della Oriogarden di corso Matteotti a Lecco

Le insidie non mancano e resistere non è facile soprattutto quando ci si deve misurare con la concorrenza a basso prezzo della grande distribuzione sui fiori o quella delle piattaforme dell'e-commerce per gli altri articoli da giardinaggio: «Noi diamo un servizio diverso rispetto alle alternative del low-cost, ma non tutti capiscono», afferma Orio che con un esempio sostiene che «con un ciclamino acquistato al supermercato a basso prezzo se si è fortunati oltre ad avere un fiore bello lo si ha anche duraturo, ma nella maggior parte dei casi ci si ritrova con prodotti scadenti che non passano la stagione, mentre su prodotti come portavasi, fitofarmaci, fertilizzanti è una battaglia persa rispetto ad Amazon dove si riceve in un giorno quel che si ordina e se non va bene lo si può anche restituire. Più di così. È innegabile che tutto ciò penalizzi le attività come la mia, per fortuna piante e fiori continuano ad essere beni che i clienti vogliono vedere da vicino prima di comprare».

L'altro fronte riguarda gli aumenti dei costi delle materie prime, che impattano sulle forniture a partire dai rincari dei fertilizzanti: «Scaricare i costi sui clienti è difficile – conclude Orio -, quindi in parte lo facciamo e per il resto assorbiamo noi gli aumenti». **M. Del.**